

第3次創造都市推進ビジョン素案（概要）



骨子（案）からの主な変更点及び御意見反映箇所

素案該当ページ	変更内容
P 1（本資料のP3） 3 ビジョンの期間	「ただし、中間年に、必要に応じて内容の見直しを行うこととします。」を追加
P 8（本資料のP 8） 3つの基本方針の「世界」	「高松の魅力を国内外に発信し、「創造都市 高松」を確立させます」を「高松の魅力の世界に発信し、「創造都市 高松」を確立させます」に変更
P 9（本資料のP 9） 成果指標	目指す将来像の実現に向けた成果指標の設定を追加
P 1 5（本資料P 1 5） 「世界」の取組の方向性	「国際的イベントの開催等の世界を意識した取組の推進」を追加

目次

第1章 ビジョンの概要

- ビジョンの目的（趣旨）
- 位置付け
- ビジョンの期間

第2章 現状と課題

- ビジョン策定以降のこれまでの主な取組
- もたらした成果（効果）
- 外部環境の変化と課題

第3章 基本的考え方（施策体系）

- 基本方針・目指す将来像
- 目指す将来像の実現に向けた成果指標の設定

第4章 基本方針と取組の方向性

- 独創
- 未来
- 世界

第5章 ビジョンの推進

第1章 ビジョンの概要

第2次高松市創造都市推進ビジョン（2018～2023）の計画期間が終了するため、現行ビジョン策定時からの取り巻く環境の変化や、これまでの取組の成果や課題を踏まえながら、「第3次高松市創造都市推進ビジョン」を策定する

（1）ビジョンの目的（趣旨）、位置付け

趣旨

産業、ものづくり、観光、文化・スポーツ、国際交流などに関する施策を一体的に推進しながら、高松の都市ブランドイメージの向上を積極的かつ効果的に図り、「瀬戸の都・高松」の魅力を全世界に発信する

第7次高松市総合計画

イメージ



位置付け

第7次高松市総合計画に示す目指すべき都市像の実現に向け、産業経済施策、文化、観光、スポーツ施策及びその他関連施策を一体的に推進していく上で、本市の創造都市の実現に向けた総合的かつ基本的な指針とする

（2）計画期間

第7次高松市総合計画に合わせて、8年間（令和6～13年度）とする
ただし、中間年に、必要に応じて内容の見直しを行うこととする

第2章 現状と課題

(1) ビジョン策定以降のこれまでの主な取組

平成24年4月に創造都市推進局を設置し、平成25年10月に高松市創造都市推進ビジョンを、平成30年度に第2次ビジョンを策定し、4つのプロジェクトの下、創造都市高松の実現に向けて様々な施策に取り組んできた

創造都市推進局の設置 (H24.4)

産業経済部 文化・観光・スポーツ部

第1次高松市創造都市推進ビジョン (H25.10~)

交流
空間

食

生活
工芸

祝祭

国際
会議

こども

第2次高松市創造都市推進ビジョン (H30.4~)

こども

恵まれた地域資源の中で想像力を育む



芸術士派遣事業

工芸

伝統・芸術・デザイン
の力で新しい未来を拓く



高松盆栽の郷

食

豊富な食文化と異文化との融合



うみまち商店街

交流

地域のコトを通して世界的な交流へ



屋島景観

第2章 現状と課題

(2) もたらした成果 (効果)

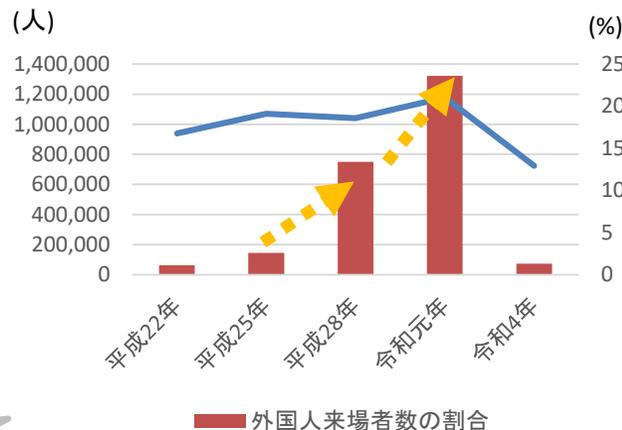
ビジョン策定以降、文化芸術と産業の融合を意識した、創造的な取組を10年かけて継続してきたことで、本市のブランド力は確実に向上し、特に、近年、海外から注目を浴びるなど、世界から選ばれる「世界都市・高松」へと成長しつつある

瀬戸内国際芸術祭による経済波及効果とインバウンド効果



瀬戸内国際芸術祭
ニコラ・ダロ (Nicolas Darot)
「ナビゲーションルーム」

来場者数と外国人来場者数の割合の推移

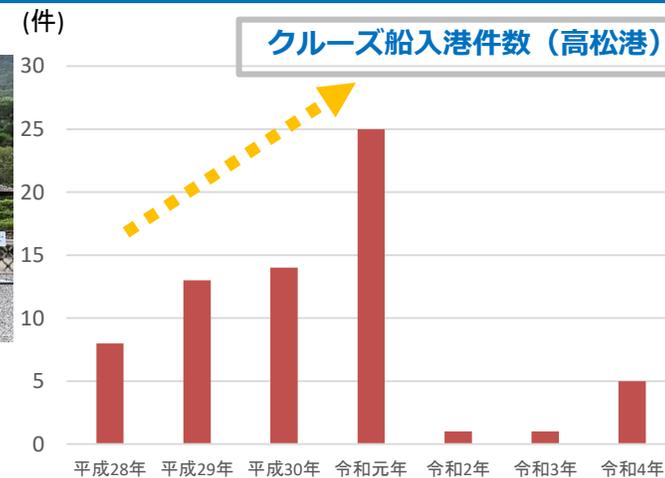


トータル来場者数と比較して、外国人来場者数の割合の伸びが大きい

観光・MICEの波及効果



G7香川・
高松都市大臣会合



平成28年度～令和元年度の間で、約3倍に増加

- 旅行予約サイト世界大手のブッキングドットコム (オランダ) が発表した「2020年に訪れるべき目的地TOP10」に、高松市が国内の都市で唯一選出された
- 旅行価格比較サイト「スカイスカナー」が発表したアジア太平洋地域の2020年の旅行トレンドにおいて、注目すべき新興目的地のTOP10に、日本で唯一、「高松」が選ばれた
- 令和2年版観光白書 (観光庁R2.6) によると、香川県の外国人延べ宿泊者数の伸びが平成24年 (2012年) ⇒令和元年 (2019年) で16倍 (全国平均は3.9倍) と全国1位の伸び率となった。また、香川県を訪れる外国人旅行者は、日本滞在中の消費額のうち約25%が香川県内での消費で、四国他県に比べ高い結果となった。美術館や自然景観等のコンテンツが誘客につながることで、これらが主目的地となり、長期滞在が促されているとの分析が紹介されている

創造都市高松は、世界から選ばれる「世界都市・高松」へ

第2章 現状と課題

(3) 課題と外部環境の変化

第2次ビジョン策定後から、創造都市に関する施策を取り巻く社会環境は、特にコロナ禍により、産業経済や文化・観光・スポーツの分野に多大かつ甚大な影響と変化を与え、大きく様変わりした。また、第2次ビジョン策定時から継続している課題や、施策に取り組む中で見えてきた課題もあり、それらを踏まえ、次期ビジョンの基本方針や取組の方向性に反映する必要がある

第2次創造都市推進ビジョン策定後の外部環境の変化

項目	変化・求められる対応
新型コロナウイルス感染症の感染拡大とデジタル化の進展	<ul style="list-style-type: none">●新型コロナウイルス感染拡大に伴い、人々の価値観や行動が大きく変化した●今後のポストコロナ社会では、デジタル技術を積極的に活用することによって、これまでの既存システムやビジネスモデルを革新し、活動内容やサービスなどを更に向上させ、新たな展開を創出していく必要がある
人口減少、少子・超高齢化社会の更なる進行	<ul style="list-style-type: none">●人口減少や少子・超高齢化の進行により、労働力不足だけでなく、文化や芸術、伝統を受け継ぐ人材が減少している●全世代に向けて、創造都市推進施策をアプローチし、全世代型で推進していく必要がある
ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）の発達や普及、グローバル化	<ul style="list-style-type: none">●世界と気軽につながることができる各種SNSを活用しながら、世界から選ばれる「世界都市・高松」を、より多くの人々へ発信していく「グローバル戦略」を持つ必要がある
SDGs・グリーントランスフォーメーション（GX）の取組	<ul style="list-style-type: none">●SDGsの達成に向け、文化芸術等が果たす役割は大きいものとなっており、また、GXの取組が加速化し、産業界における競争力に直結する時代になりつつある●持続可能で、かつ、環境に配慮した取組を通じて、文化芸術活動や経済活動を更に成長させていく必要がある

第2章 現状と課題

第2次ビジョン策定時から継続している課題や施策に取り組むなかで、見えてきた課題

- 子どもたちの芸術に触れる機会や表現活動を行う機会を引き続き確保していく必要がある
- 伝統産業や農畜水産業での後継者不足や従事者の高齢化の課題に対し、魅力あるイベントや本市ならではのブランドを広く普及啓発し、認知度を上げ、効果的に情報発信を行うことで交流人口の拡大を更に進めていくとともに、若者や市外の人、関連企業等が活躍できるような環境の整備などの施策を充実させていく必要がある
- その際には、縦割りを実施するのではなく、「こども×工芸」、「食×交流」など、**各分野を結びつけて実施することで**、協働や連携が創出され、産業経済施策と文化・観光・スポーツ施策をより一体的に推進することが求められる

外部環境の変化を踏まえた新たな視点

ポスト
コロナ

グローバル
戦略

デジタル化
の進展・
SNSの
活用

全世代型
アプローチ

SDGs・
GX
の意識

潜在的・顕在的な課題の解決を目指し、 各分野を結びつける

こども

工芸

食

交流

課題と外部環境の変化を踏まえ、次期ビジョンの基本方針や取組の方向性に反映

第3章 基本的考え方（施策体系）

（1）基本方針・目指す将来像

第2次
ビジョン
を踏襲

基本理念

魅力にあふれ、人が輝く創造都市

目指す将来像

- 自然や歴史、生活と結びついた「芸術指数」が高いまち
- 交流で新たな発見がある「クリエイティブな暮らし」にあふれたまち
- 豊かな生活が実現できるコンパクトなまち

外部環境の変化

ポスト
コロナ

デジタル化の進
展・SNSの活用

全世代型
アプローチ

グローバル
戦略

SDGs・GX
の意識

現行ビジョン下での課題

こども

恵まれた地域資源の
中で想像力を育む

工芸

伝統・芸術・デザインの
力で新しい未来を拓く

食

豊富な食文化と異
文化との融合

交流

地域のコトを通し
て世界的な交流へ

3つの基本方針

- ① 市民が誇りにできる、独創的な高松ブランドを創出し、持続的に発展させます
- ② 未来に向けて、高松らしい産業や文化芸術を次世代に継承させます
- ③ 高松の魅力を世界に発信し、「創造都市 高松」を確立させます

次期
ビジョン
で新たに
作成

第3章 基本的考え方（施策体系）

（2）目指す将来像の実現に向けた成果指標の設定

本市が目指す「創造都市の将来像」の実現に向けた各種取組の成果を確認するため、毎年実施している本市総合計画基本構想の各施策に対する市民の満足度合を測るアンケート調査のうち、本ビジョンに関連する項目を成果指標に設定し、その指標が向上していくことを目指す

総合計画基本構想における関連施策

- 商工業の振興
- 農林水産業の振興
- 就業環境の充実
- 高松ブランドの向上
- 観光振興と交流の推進
- 定住人口の拡大
- 文化芸術の創造と継承
- スポーツの振興

目指す創造都市の将来像

- 自然や歴史、生活と結びついた「芸術指数」が高いまち
- 交流で新たな発見がある「クリエイティブな暮らし」にあふれたまち
- 豊かな生活が実現できるコンパクトなまち

3つの基本方針に基づいた取組を実施し、関連施策の市民の満足度合を向上させる

独創 市民が誇りにできる、独創的な高松ブランドを創出し、持続的に発展させます

◆ 高松に根付く素材・技術・デザインの再発見と持続的な活用

本市で暮らすことで、その魅力に気づけていない、地域のお祭りや歴史的人物、伝統工芸、アート、食文化、自然景観など、高松に根付く素材・技術・デザインを再発見し、高松ブランドの創出を行うとともに、その持続的な活用を図ります。



さぬき高松まつり

菊池寛記念館



◆ デジタル化やSDGsなどの時代の変化を捉えた、新たな取組・創造的人材の活動・ものづくり支援

産業分野や農業分野でのデジタル技術の活用を促進するほか、地域社会の課題解決やカーボンニュートラルの実現などに向けて取り組む企業などを支援します。



市内中小企業等のデジタル化の推進等に関する協定

農業のデジタル化
(ドローン播種)



独創 市民が誇りにできる、独創的な高松ブランドを創出し、持続的に発展させます

◆ 高松らしさがあふれるコンテンツの創出

話題性のある、観光・情報・デジタルコンテンツを作成し、本市を訪れる人々にとって、本市でしか味わうことができない体験や交流を創出していくことで、地域の活性化や観光振興に寄与し、地域経済の発展に貢献していきます。



まちかど漫遊帖

桜御門・長櫓の
ライトアップ実証事業



◆ 業種や世代の垣根を超えた、ゆるやかな連携による協働の実施

固定観念にとらわれない新たな方法で課題解決に取り組むことができる芸術家や職人等の「創造的人材」同士、或いは「創造的人材」と市民や行政とが、職業や国籍、性別、世代を超えて、つどい、そしてつながり、連携して、創造的な活動を行うことを支援します。



創造都市推進懇談会
(U40)

アーティスト・イン・
レジデンス



未来

未来に向けて、高松らしい産業や文化芸術を次世代に継承させます

◆文化芸術や伝統芸能等、子どもが「ほんまもん（本物）」に触れる機会の充実を通じた、創造力を育む取組の推進

子どもの発達段階に応じた多様な興味・関心に応えることのできる環境整備のほか、「芸術士派遣事業」や「スポーツ士派遣事業」など、子どもたちが「ほんまもん（本物）」の文化芸術やスポーツ、伝統芸能などに触れられる機会を充実させることで、子どもたちの創造力を育む取組を推進します。

◆あらゆる人が、暮らしの中で、文化芸術、スポーツ等を実感できる仕組づくりや事業の推進

本市に集う全ての人々が、性別、年齢、国籍、障がいの有無等の区別なく、暮らしの中で、文化芸術、スポーツ等を実感できる仕組や事業を推進していきます。



地域密着型トップスポーツ
チーム支援事業

こども未来館
学習体験事業



高松市美術館
こどもアートスペース

障がい者アートリンク
事業



未来

未来に向けて、高松らしい産業や文化芸術を次世代に継承させます

◆ 歴史や伝統、文化等の承継と活用

高松のシンボルである「屋島」や塩江地域の再活性化、高松城跡（玉藻公園）や石清尾山古墳群を始めとする文化財の保存活用、国の伝統的工芸品「香川漆器」のPRなど、地域に、脈々と受け継がれてきた歴史・文化を承継し、未来に向けて、持続的に活用します。

◆ 「つなぐ」人材の育成・支援

香川漆器や庵治産地石製品を始めとする伝統的工芸品を未来に残すために、次世代の人材を育成だけでなく、伝承する人材(現在の担い手)も支援し、伝統を未来へ「つなぐ」人材を育成します。



香川漆器

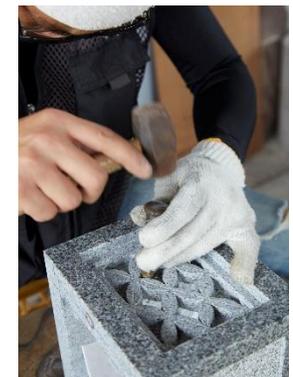
AJIPROJECT



庵治産地で継承される
石加工の技



香川漆器後継者
育成の取組



世界

高松の魅力を世界に発信し、向上させることで「創造都市 高松」を確立させます

◆ SNSやメディア等を活用した効果的な情報発信

SNSやメディア等を活用し、常に世界の中の高松を意識しながら、積極的に情報発信を行います。また、情報発信を通じて、多くのあらゆる人々が本市に興味を持ち、訪れることで、地域の経済活性化や交流の促進を図ります。



高松市創造都市推進局
主なSNS

高松市HP

気持ち  まる、高松。



◆ 「Made in 高松」の積極的なプロモーション

高松で創られた「Made in 高松」である、香川漆器や庵治産地石製品を始めとする伝統的工芸品や特産品、「高松盆栽の郷」を拠点とした日本一の松盆栽産地、「高松産ごじまん品」を始めとした地場産農畜水産物などの魅力を積極的に発信し、国内外の方に知ってもらおう機会を創出し、新たな市場の開拓を目指します。



高松盆栽を買い付けに訪れる海外バイヤー

市場特別開放



第4章 基本方針と取組の方向性

世界

高松の魅力を世界に発信し、向上させることで「創造都市 高松」を確立させます

◆ 多様性を尊重した、世界との交流の促進

セント・ピーターズバーグ市（アメリカ）、トゥール市（フランス）、南昌市（中国）、及び基隆市（台湾）といった国外の姉妹・友好都市や交流都市との相互訪問や、オンライン形式も含めた交流事業等を通して、異なる文化や習慣などの多様性を尊重しながら、相互理解を促進します。

また、高松空港の国際線の充実に伴い、今後もインバウンド客の増加が見込まれることから、世界から選ばれる観光地となるために、香川県とも連携し、積極的なプロモーションを展開します。



トゥール市からの
親善研修生受入

クルーズ船寄港



◆ 国際的イベントの開催等の世界を意識した取組の推進

「瀬戸内国際芸術祭」や「高松国際ピアノコンクール」等の国際的なイベントの開催、MICE振興による国際会議の誘致、世界ジオパークの指定を目指す取組を推進するなど、世界の中での存在感を高めていきます。



©BANAZO

高松国際ピアノコンクール

国際会議の開催



推進に当たっての視点

- 3つの基本方針に基づいた様々な取組を通じて、市民や企業等の実施主体（担い手）の活動を支援
- 本市も実施主体として、担い手や国、県等と協働・連携しながら、各種施策を推進
- 創造都市ネットワーク日本（CCNJ）を通じて、創造都市間の連携・交流を図り、施策を発展

実施主体（担い手）



【参考】策定スケジュール

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
工 程	▲ ビジョン全体構成 (骨子)	→ ビジョン素案作成		▲ ビジョン (素案)	→ ビジョン素案修正		→ デザイン確定			▲ ビジョン 策定
		→ 関係課内容確認			→ ▲ ビジョン (案)					
高松市創造 都市推進審 議会	▲ 審議 6/19			▲ 審議 9/29	▲ 審議・答申 10/30					
その他		→ U40からの 意見聴取					→ パブリック コメント			